الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية والتأصيل العلمي

د. يسرى خالد إبراهيم

كلية الآداب/قسم الإعلام

المستخلص:

يتناول هذا البحث موضوعا من المواضيع المهمة و و التأصيل العلمي للمعرفة في البرامج الإسلامية ودورها في تفعيل الحوار مع الأخر خصوصا ونحن نعيش عصر المعلومات ونجني ثمارها لذا يحاول البحث طرح قضية الاهتمام بالعلوم ومحاولة منحها المساحة المطلوبة في اهتمامات البرامج الإسلامية وأهمية إعطاء مساحة مناسبة لقضية الإعجاز العلمي بهدف تطوير أساليب التفكير العلمي لدى الجمهور المسلم من ناحية وفتح مسارات للحوار مع الأخر من ناحية أخرى لخدمة الرسالة ونشر أفكار الإسلام العلمية في العالم .

المقدمة:

نشطت الفضائيات الإسلامية وتطورت وتعددت طرق وأساليب العرض والتقديم في ظل التطورات المتسارعة بمجال علوم الاتصال وتكنولوجيا المعلومات فتمكنت من تسخير مستجدات هذه التكنولوجيا طرح الأفكار بأساليب فنية وعلمية مبتكرة مستعينة بما وفرته هذه التقنيات من تسهيلات علمية ومعرفية وعلى سبيل المثال نجد ان المجتمع العراقي تأثر في المرحلة الأولى بالعديد من القنوات الدينية لما شاهده على هذه القنوات من ألوان جديدة من البرامج الدينية وموضوعات لم يكن يجرؤ الاقتراب منها أو مناقشتها حتى ساهمت هذه القنوات وبعض البرامج الدينية في القنوات العامة على رفع تلك المخاوف وتجاوز التحفظات بهدف نشر الوعي والتثقيف الديني ، تمكنت هذه الفضائيات الإسلامية من توضيح وشرح العديد من المفاهيم وفسح المجال لسؤال وإعطاء فرصة للفتاوى المتوافقة مع العصر وسماته وإخراج الدين من قمقمه الذي كان محبوسا فيه والقيام بدوره ورسالته المطلوبة التي جاءت رحمة للبشرية .

ن العلاقة بين الإعلام والدين هي نموذج للعلاقة التبادلية بين الثقافة والإعلام ففي عصرنا هذا نجد أن دور الإعلام أكبر من دور المدرسة والأسرة في القيام بمهام التثقيف والتعليم والثقافة الدينية هي جزء من مهام الإعلام اليوم فالإعلام أداة فعالة للدعوة الإسلامية والحفاظ على التراث الديني ونقلة إلى الأجيال في نصوص وطقوس وشعائر وجاء الانترنيت كوسيلة إعلامية مكملة لهذه لحلقة بما أتاحه من مساحة للحوار فضلاً

عن وجود عدد لا بأس به من قنوات فضائية أسلامية ساهمت في نشر الثقافـ ة الدينيـــة والوعي الديني بين الجمهور العربي والإسلامي .

ويؤكد خبراء الاتصال على هذه القدرة في الرسالة الإسلامية بأن إن القــرآن الكريم أساس حضارة إنسانية كبرى ومبعث ثورة نفسية وعقلية نقلت تاريخ العـــالم مـــن طور إلى طور ولقد وفر للنهضة الإسلامية عناصر الوجود والاكتمال ما لاتستطيع صنعه ألف وزارة للدعاية والإعلام فقد كان هذا القرآن للإسلام صحافتها وإذاعتهـــا وكتاباتهـــا وخطاباتها ومن آياته وحدها اهتزت الأجيال وتخلصت من قيود الجاهلية الأولـــى هـــذه النهضة لم تنبعث من نفس رجل واحد فتموت بموته بل انبعثت من أعماق النفوس لنشـــر الخير والسلام( ) وهناك الكثير من الموضوعات بحاجة إلى مناقشـــة لكـــن تـــم تحديـــد موضوعات معينة لمناقشتها في هذه الدراسة التي قسمت إلى أربعة مباحث هي :

المبحث ا وا – منهجية البحث.

المبحث الثان – مفهوم الإعلام الإسلامي والتأصيل العلمي .

المبحث الثالث - الإعلام الإسلامي وعصر المعلومات والإسلام والأخر .

المبحث الراب – دراسة مسحية للقنوات الإسلامي .

المبحث الأول
منهجية البحث

١- أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في القنو ت الفضائيات الإسلامية كونها لم تعد تمتلك بريقهـــا الأول وذلك لأنها استمرت على وتيرة واحدة ولم تحاول تنويع هذه الأساليب في المناقشة وعرض الأفكار أو في إنتاج البرامج بل ذهبت إلى ابعد من ذلك في أنها أصبحت ســـببا في زيادة الفتن وتمزق الأمة المسلمة أكثر من السابق انقسمت بذلك الفضائيات الإسلامية بين يمين ويسار في الترويج للأفكار وموضوعات عفا عليها الزمن فعززت بذلك الصورة النمطية السلبية عن الإسلام انه فكر منغلق ولا يتـ ل الأخر وغير مستعد للتطور وبسبب اختلاف مذاهب وتوجهات هذه الفضائيات فأصبحت الصورة اكثر قتامة بما ذ لتـــه مـــن تناقضات وقضايا زادت من فرقة الأمة وتمزقه .

ولا يمكننا هنا تجاهل ما للإعلام الوافد من سطوة على المجتمعات العربية بما يضخ من أفكار وآراء ولذلك فالإعلام الإسلامي مسؤول عن انتقاء الأفكار الوافدة وتحديد اتجاهاتها وأهدافها والتأكيد على أن الخبر له تفسيره في الشريعة الإسلامية وأما التطور الذ ي والتكنولوجي فهو القاسم المشترك بين الحضارات وهو يمكن أن يكون عامل مساعد في المساهمة بالتوجه إلى الأخر وتوضيح أفكار الإسلام له وتنقيتها من كل شائبة تعرض له ، ومن جانب أخر على الإعلام الإسلامي إن يتنبه إلى الأسس ا علمية المناسبة في الدعوة والإقناع من خلال الأسلوب المرن الشفاف البعيد عن التعصب وأسلوب التخويف بهدف جذب الأخر .

ومن هنا تنطلق فكرة البحث في أهمية وجود فضائية إسلامية التوجه متسامحة الفكر معتدلة في الطرح الفكري والعقائدي معتمدة أصولاً علمية ومهنية في مخاطبة الجمهور المسلم من جهة ومخاطبة الأخر من جهة أخرى وأهمية اعتماد الأسس والمعايير العلمية في الإنتاج لبرامجها . فالإسلام دين تسامح ورحمة وعلم فهو دين لكل العصور فمثلا قضية الإعجاز العلمي في القرآن قليلا ما يتم معالجتها في الفضائيات الإسلامية وهي قضية في غاية ا! همية خاصة في عصر يعتبر المعلومات هو الشريان المحرك للاقتصاد والسياسة والحياة الاجتماعية.

٢- مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية :

- ما الأسس المناسبة لإعداد برامج إسلامية جماهيرية تعتمد المعايير العلمية في إثارة الجمهور وتشجيعه على التفكير الـ لمي وتنمية قدراته الفكرية وزيادة الوعي بما يتفق ومتطلبات المرحلة ؟
- ماهي نسبة القنوات الإسلامية إلى الأنواع الأخرى؟
- كم تشكل نسبة برامج الفئات(*) بين هذه البرامج ؟
- ماهي أهم الموضوعات التي تثيرها القنوات الإسلامية ؟
- ما هي أهم الموضوعات التي يفضل إثارتها لزيادة الوعي الثقافي الديني بين الجمهور ؟

٣- أهداف البحث:

- تحديد مواطن الضعف والقوة في القنوات الإسلامية .
- توضيح أسباب الضعف ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لمعالجته .
- بيان أهمية التخطيط واعتماد الطرق العلمية والاستعانة بما توفر تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن بعد في تطوير أساليب الاتصال التفاعلي بهدف تحسين صورة الإسلام ومحاولة تخليص هذه الصورة مما شابها من تشويه متعمد .
- الكشف عن مواضع القوة في الرسالة ومحاولة إبرازها بإتباع رؤية علمية وإستراتيجية دقيقة في الحوار .
- تحديد المفاهيم والقيم التي تعمل على تجذير سلوكيات الإسلام الصحيح بعيدا عن التشدد الذي كان اهم أسباب تشويه صورة الإسلام ونفور الأخر.

ونحاول في هذه الدراسة البحث عن أفضل الطرق لتوظيف العلم إلى جانب المهنية الإعلامية في البرامج والقنوات الدينية ؟ وكيف تقدم برامج ذات أهداف تشجع على التفكير العلمي وتساهم في عملية التنشئة الاجتماعية السليمة وتنير عقول الشباب الذي تاه في ممرات العولمة ولم يعد قادرا على التمييز بين الصالح والطالح وكيف يمكن لهذه الفضائيات إن تحسن من أدائها وتطويرها إعلاميا لتقدم صورة مشرقة عن الإسلام.

٤- منهج البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على وصف الظاهر ، أي وصف ما هو كائن وتفسيره وتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع وتحديد الممارسات الشائعة وتسجيل الوقائع وشرح التداخلات ذات العلاقة ، واعتمدت الدراسة أسلوب المسح فالدراسات المسحية تعتمد جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة للتعرف عليها وتحديد وضعها ومعرفة جوانب الضعف والقوة فيها لمعرفة مدى الحاجة لإجراء التغييرات ، فالمسح هو انسب الطرق التي تمكننا من التوصل إلى حلول للتساؤلات التي أثيرت في مشكلة البحث .

المبحث الثاني
مفهوم الإعلام الإسلامي والتأصيل العلمي

الإعلام الإسلامي كمفهوم يصنف ضمن الإعلام المتخصص كونه يتخصص في فرع معين من فروع الإعلا ، وفي عصر الاتصال الالكتروني دعت الحاجة إلى تطور أنواع عديدة من الإعلام المتخصص وكان الإعلام الإسلامي احد هذه أنواع ويقصد بالإعلام الإسلامي هو إن تكون المؤسسة الإعلامية إسلامية مضمون والشكل معا وتضم كافة الفنون الإعلامية بما يتفق وبنود (مؤتمر جاكارتا) حيث تتجلى أهمية الإعلام الإسلامي من إدراكنا للحاجة الإنسانية إلى الإسلام والى فهم حقيقة رسالة الإسلام فهناك الكثير من المسلمين لا يفهم الإسلام وقد ذكر احد الدعاة في برنامج ديني إني أتوجه بالدعوة إلى الإسلام للمسلمين أولا وعندما انشره بينهم أتوجه بعدها إلى غير المسلمين.(*) وهذه هي الحقيقة فالمسلمون لا يعرفون دينهم حق المعرفة وكان لبعض رجالات الدين دور سلبي في صرف الناس عن التعرف على دينهم والقيم المبادئ التي يدعو إليها من خلال التفرط والتشديد.

ويحدد الإعلام الإسلامي كمفهوم هو عملية تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الإخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ونظمه داخل الأمة الإسلامية وخارجها.() ومع دخول المنطقة العربية عصر الفضاء وامتلاكها لهذه التقنيات الحديثة في مجال الاتصال والمعلوماتية ظهرت العديد من القنوات الاسلامية وبكافة الاتجاهات هنا لابد من التفريق بين مصطلحي الإعلام الإسلامي والإعلام الديني وفق أمرين هما :

الأول – أن الإعلام الديني أعم من الإسلامي لأنه يشمل الإسلام وبقية الديانات والملل الأخرى .

الثاني – إذا قصدنا بالدين الإسلام حصراً فإن الإعلام الإسلامي يكون أقرب إلى الدعوة لذا يفضل أن يطلق علية أعلام أسلامي أو برامج أسلامية بهدف التحديد مثال ذلك قناة (الرسالة ، الفجر ، وإقرأ .. .

فللإعلام الإسلامي خصائصه وسماته المستقلة لذلك نجد أن البرامج الدينية التي تعرض على لقنوات الفضائية والتي تتخذ لها شخصية أسلامية تتمتع بالتميز وكذلك لعدم وجود نماذج شبيهة لها في القنوات الأخرى .

والإعلام الإسلامي هو أعلام مسؤول ومتحفظ ويعتمد في توجهه على القاعدة الإيمانية التي رسخها بين جمهوره لذلك نجد إن العديد من القنوات الدينية حددت لها أهدافا لمسيرتها هي[1] :

١- نشر العقيدة الإسلامية والدين الإسلامي والتعريف بإحكامه وأصوله وقواعد .
٢- المحافظة على تعاليم الدين والسلوك الإسلامي والتعريف بالحضارة الإسلامية والتوجه إلى العالم بلغات متعددة لخلق التقارب الثقافي والفكري معه .
٣- التعريف بالتراث والثقافة الإسلامية والعمل على إزالة كل تشويه فكري أو ثقافي تعرضت له جراء الدسائس من القوى المعادية للإسلام ومحاولة نشر الأفكار والقيم التي جاء من اجلها الإسلام وترسيخها في المجتمعات العربيد .
٤- تصحيح المفاهيم الخاطئة عن الإسلام والمسلمين بنقل الصورة الواقعية عن هذه المجتمعات وأنماط حياتها وعاداتها وأخلاقها في التسامح وحب الأخر .
٥- الاهتمام بتعليم ونشر اللغة العربية للناشئين والكبار خاصة بالنسبة للعديد من الدول العربية والإسلامية التي مازالت تعاني الفقر والتخلف بسبب الاستعمار .
٦- جعل القنوات الفضائية الإسلامية منابر ناقل الرسالة الإسلامية بأسلوب متطور يتمتع بخصائص الإعلام المعاصر الذي يعتمد التشويق والجذب والإثارة من خلال شرح فضائل الإسلام وتعاليمه بقصص شيقة وجذابة وتشجيع الإنتاج العربي للافلام الإسلامية بهدف التعريف بشخصيات الإسلام ومآثره ، وتقديم الدعم لمؤسسات الإنتاج ، وإنتاج الأفلام المتحركة (أفلام كارتون) الإسلامية للأطفال لتوعية النشء وتثقيفه دينيا وهناك بعض التطبيقات الناجحة مثال ذلك ما يعرض من أفلام كارتون على قناة الفجر الفضائية .

وقد حدد مؤتمر جاكارتا(*) في المادة الثالثة بعض البنود الواجب الالتزام بها لمن يعمل في هذا المجال وهي[1] :

- التدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض حماية للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وبقيمها ودرء الأفكار الهدامة عنه .
- أداء الرسالة الإعلامية بأسلوب كريم حرصا على شرف المهنة والآداب الإسلامي .
- الامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة أو يرغب بالجريمة و يبعث على الرعب أو يثير الغرائز .
- الامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حالة تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامي .

ورغم أهمية هذه موضوعات في تنشئة المجتمع كان لابد الاستفادة من عصر المعلومات والتقدم التكنولوجي بـ مهمة أخرى للإعلام الإسلامي وهي تقديم الإسلام لغير المسلمين وتوضيح الصورة الحقيقة لمعاني الإسلام السامية البعيدة عن التعصب والغلو وشد ح الصورة التسامحية وحب الحياة وإعمار الكون وحماية الذات الإنسانية فكريا وجسديا وعدم تعريضها للأذى وكذلك الحث على إتقان العمل وتكريم المرأة والتسامح مع الأديان الأخرى» .

- ما المطلوب من البرامج الإسلامية أن تقدمة؟
- ما الشكل المناسب للتقديم في عرض الأفكار والقيم والمبادئ التي دعا إليها الإسلام؟
- هل أسلوب المعلم من الأساليب المرغوبة اليوم في البرامج الإسلامية؟

بالطبع لا فعلى القائم بالاتصال أن لا يجعل من نفسه وصيا على الجمهور فيوجه ويرشد ويأمر بل عليه أن يعي متغيرات العصر و ن يحترم المستوى الثقافي والفكري للجمهور فيتوجه إليه بما يتناسب وهذا المستوى.

كما إن للفكر الإسلامي مبادئ محددة دعا إليها هي [1] :

- الحرية الفكرية والبحثية في الإسلام بالمشاركة الايجابية وتأكيد غلبة العقل والعلم على جميع مظاهر الحيا .
- الشورى في الإسلام استنادا إلى مبدأ الحرية الفكرية ﴿وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ﴾[*] .
- التنشئة الاجتماعية في الإسلام تعتمد القرآن خلة .
- العدالة من أهم الركائز التي دعا إليها الإسلا .
- المحافظة على التوازن الاقتصادي في المجتمع ﴿كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ﴾[**] .

١ القوة والحكمة في الإسلام يجب إن تمارس بعلمية وعقلانية كذلك يجب التفريق بين الشريعة الإسلامية والفقه الإسلامي لان الشريعة تشمل الأحكام العامة التي وردت في القرآن وفي الثابت من سنة رسول الله وهي تخص الدنيا أما الفقه فهو اجتهاد العلماء ورجال الشريعة» [٢] .

والفضائيات الإسلامية تنطلق في عملها من وظائف الإعلام العامة وتتحدد بمبادئ تتفق معها وهي [٣] :

١ التثقيف ونشر الوعي الديني بين الجمهور المسلم .
٢ المساهمة في عملية التنشئة الاجتماعية وفق أصول الدين وتعاليم السنة النبوية والقرآن الكريم والتواصل الفكري بين الماضي والحاضر .
٣ نقل المعلومات وتفسيرها وتبسيطها للجمهور .

وتركز النظرية الإعلامية الإسلامية على محورين أساسيين هما (الإستراتيجية والتكتيك) فالإستراتيجية هي مجموعة الأفكار والمبادئ التي تتناول ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة ومتكاملة أما التكتيك فهو الوسيلة لتحقيق الهدف أي الكيفية التي يتم بها تحويل المبادئ العامة الى خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى والأساليب المستخدمة في تنفيذه [٤] .

ان الإعلام الإسلامي بعد انتشاره من خلال الفضائيات لايمكن إن ننكر دوره في إحداث التغيير الاجتماعي في المجتمعات العربية والمسلمة فهناك الكثير من الأمور المؤثرة في بناء المجتمع وصلاحه وتحمل الإعلام الإسلامي هذه المسؤولية في نقل الأفكار والقيم الى شرائح المجتمع بموضوعية ومسؤولية [٥] ، فهو إعلام يحاول محاكاة المعايير الثقافية بناءً على مستوى دراك الفرد وتفكيره كما انه يعتمد على دور الجماعة في نقل الثقافة الإسلامية والتأثير في المجتمع بمختلف الصور [٦] ، ن إستراتيجية الإعلام الإسلامي تكمن في نشر الثقافة الدينية ومبادئ وقيم الإسلام والتعريف بالهوية الإسلامية والحفاظ عليها والدفاع عن الفكر الإسلامي من جانب أخر وهذه ليست بالقضية السهلة فهناك مشكلات عدة تواجه الإعلام الإسلامي منها داخلية تتعلق بطبيعة القائم بالاتصال وتركيبة الخطاب الموجه من جانب ومشكلات خارجية تتعلق في عدم القدرة على التمازج مع الأخر في عصر العولمة ، أما الشق الأول من المشكلة فيكمن في أسلوب الخطاب

المنغلق والفوقي المعتمد على أساليب الخطب والمواعظ التي تستخدم في خطبة الجمعة متناسين الفرق بين حال الجمهور وهو يشد العزم ويخطو الخطى الى المسجد وبين جمهور منصرف الى اللهو لذا فعلى القائم بالاتصال إن يبحث عن طرق وأساليب لإثارة هذا النوع من الـ مهور وجذبه إليه وهنا يقترح احد خبراء الإعلام الإسلامي انه يجب أن تكون مكونات الرسالة الإسلامية متمازجة بين الخطاب وثوابته وبين مهنية الإعلام لإيجاد صيغ مؤثرة وفاعلة تصل الى المتلقي»[٧] وهناك جملة من الخصائص التي تفرد بها الإعلام الإسلامي عن غيره من الإعا م المتخصص هي[٨] :

١ إن الإطار العام للإعلام الإسلامي ليس لأحدٍ من البشر الفضل فيه لأنه من الله سبحانه وتعالى أوحى به الى النبي ﷺ .
٢ الارتباط الحي بين المبادئ العامة للإعلام الإسلامي وبين الممارسة العقلية لها من خلال تقييم الأساليب الإعلامية المختلفة للأنبياء والمرسلين .
٣ يستمد القائم بالاتصال إرادته من ذاته فهو لايمارس العمل الإعلامي إرضاء لفرد أو جماعة إنما إرضاء لذاته الداعية إلى شيوع الخير وانتشار .
٤ يعمل القائم بالاتصال في إطار أهداف واضحة ومحددة سلفاً .
٥ يتسم مضمون الرسالة الإعلامية بالدقة ويرتبط بالأهداف الموضوعة وخصائص المستقبلين .
٦ ان جمهور هذا النوع من الإعلام معروف بخصائصه النفسية والاجتماعية وقد قسمت سورة البقرة إلى الأنواع الآتية (جمهور مؤمنين وجمهور منافقين وجمهور كافرين) ولكل نوع خصائصه وسماته المعروفة .
٧ تكمن القوة الذاتية في الإعلام الإسلامي بسرعة لانتشار معتمدة على سلامة التخطيط وترتيب الحجج ﴿ قُلْ هَٰذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ ﴾[*] .
٨ اعتمد الإعلام الإسلامي الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل الذي ينمي ملكة التفكير .

ان مهام الإعلام الإسلامي اليوم هو التصدي الموضوعي لكل الافتراءات التي تهاجم الإسلام وان يبتعد عن الخطاب المتشنج والغوغائي بإيجاد صيغ مشتركة وموحدة للخطاب[٩] ، ومن الملاحظ إن هناك زيادة في عدد القنوات الإسلامية في الوطن العربي

ويبرره البعض إن الأنظمة السياسية أصبحت لاتنظر إلى الإعلام الإسلامي كخصم وهو السبب الذي دعا سابقا إلى إقصائه من الساحة ومع ذلك فان هذه القنوات تفتقر إلى المنهجية العلمية في التوجه فالقنوات الإسلامية الخليجية تركز على العمليات الانتحارية وأخرى منشغلة بالفتاوى على الهواء التي تعد من أسباب تراجع الفكر الإسلامي وتدهور الأمة بسبب تشتت الإفتاء وعدم الاتفاق في الإحكام . وتواجه الفضائيات الإسلامية العديد من التحديات أبرزها ضعف التخطيط والافتقار إلى الأسلوب العلمي في مخاطبة الأخر وعدم كفاية الإنتاج المحلي لتغطية مساحة البث الواسعة [1] ، كذلك هناك مصطلحات ظهرت لم يعمل الإعلام الإسلامي تحديد مفاهيمها مثل العولمة والشرق الأوسط الكبير والخصخصة فمسؤولية الإعلام الإسلامي هو شرح أبعاد هذه المصطلحات من خلال الحوار مع ذوي الاختصاص بهدف تنوير المجتمع وتوعيته لطبيعة التحديات التي تواجه الأمة [2] ، ومن ابرز القنوات الإسلامية على سبيل المثال قناة اقرأ (* [3] ، وتطمح هذه القناة إلى العالمية ي التوجه ووسطية المنهج وشمولية الأهداف وتحاول الابتعاد عن الموضوعات المثيرة للجدل والتي تضخم الفوارق وتزيد من الفتن ومقابل هذه القناة تظهر قناة المجد التي لا تبث أية موسيقى وتعتمد على التكنولوجيا الرقمية لتطوير موسيقى بديلة عبر مزجها بأصوات طبيعية مثل ز.مة السير والرياح وقد حققت هذه المحطة أرباحا توازي ٨٠) ثمانون مليون دولار فضلا عن ٣) ثلاثة ملايين يتم تحصيلها من عائدات الإعلانات [4] ، ومن جانب أخر تظهر قناة الرسالة التي تتجاوز التحفظات وتعطي مساحة اكبر في الاندماج مع الأخر كما أنها لاتمانع من بث أغاني لفيديو ذ ب والموسيقى [5] .

هذه نماذج لبعض الفضائيات الإسلامية فضلا عن فضائيات أخرى تحولت إلى أبواق دعاية تدعو لحروب أهلية وصراعات وهي معروفة وقد تم استبعادها من فئة الفضائيات الإسلامية في دراستنا الميدانية وتم احتسابها ضمن القنوات الحزبية ، لذا فان الأساليب والأطر العلمية في الخطاب تعد من المسلمات المهمة لنجاح الرسالة الإعلامية واكتمالها وخاصة لهذا النوع من الإعلام المتخصص .

المبحث الثالث
الإعلام الفضائي الإسلامي في عصر المعلومات

إن التعامل مع التقنيات الرقمية وفهمها لها دور كبير في نجاح او فشل الرسالة الا تصالية فضلا عن انسجامها مع طبيعة الوسيلة وقد لعبت البرامج التربوية والدينية دوراً هاماً في نشر المعرفة والثقافة وكان لها دوراً فاعلاً في عملية التنشئة الاجتماعيـــة ففـــي دراسة ا تحاد إذاعات الدول العربية ذكرت إن البرامج الدينية في غلـــب المؤسســـات التلفزيونية عربية تتميز بارتفاع عدد ساعات البرمجة الأسبوعية لها والتي بلغـــت ٢٣,٥ ساعة في قناة بو ظبي ٧,٥ ساعة في تلفزيون الكويت في حين تتراوح ٧ ساعات فـــي التلفزيون المصري وبين ٤) ســـاعات أســـبوعيا لكـــل مـــن التلفزيـــون التونســـي والأردني» (٦) ومع ذلك فأن هناك الكثير من الموضوعات الدينية التي تم تجميدها ولم يتم تناولها بالشرح والتفسير مما جعلها تعاني الغموض وعدم الوضوح.

ن الإعلام العربي في أغلب صوره يقع تحت هيمنة السلطة السياسية وســـيادة التوجيهات الحكومية لذلك تعاني الثقافة الإعلامية في العالم العربي مـــن ســـيادة ثقافـــة الاستتباع ا سلطة مما يؤدي إلى شيوع أنماط ثقافية في معظم المجتمعات العربية تسير في اتجاه لا يشجع على الممارسة الديمقراطية الحقيقية (٧) .

والثقافة العربية الإسلامية على نحو ما نجدها اليوم في البلاد العربية لا تتجاوز مجال الحدس والتخمين والمشاهدة العفوية ويشير أحد المفكرين العرب إلى هذا الموضوع بقوله أن الثقافة العربية السائدة لا ندرك أبعادها وملامحها إدراكا علميـــاً فـــنحن اليـــوم بحاجة للتعرف على مقومات الثقافة العربية الإسلامية قديمها وحديثها معرفة علمية دقيقة كي لا نقر بما لا نعرف» (٨) .

فالمطلوب من الإعلام الإسلامي هو الموازنة في عرض القضـــايا ومعالجتهـــا بهدف إرسال صورة ذهنية متوازنة للمتلقي والعمل على خلق التفاهم الذي يحقق نجـــاح الرسالة (٩) ، ونظرا لاتساع التراث الثقافي الإسلامي لابد للإسلاميين من تحديد أولويـــات في الاجتهاد تأخذ في الحسبان العلاقة القائمة في عصر التقنيـــات المعلوماتيـــة الجديـــدة وتوفق بين الإسلام والحرية وبين الإسلام والديمقرطية وتشرح وتوضح القيم الإســـلامية وفق مقومات المجتمع في عصر المعلومات (١٠) ، و ن دخول تقنيات الحاسوب في العمـــل

التلفزيوني أدى إلى إيجاد طرائق إبداعية أحدثت تبدلات جذرية في العمل التلفزيوني حيث أصبح الحاسب جزءا مهما بل هو الجهاز المعرفي المولد للإمكانات التعبيرية ومجدد للشكل اللغوي الخاص بالتلفزيون (١) .

ومن برز التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي في عصر المعلومات هو الفجوة الرقمية ، فهي تجمع بين جنباتها كل أشكال التفاوت الاجتماعي والاقتصادي والثقافي ولا يمكن اعتبارها مشكلة تكنولوجية لأن التكنولوجيا كانت دوماً منتجاً ثقافياً سواء في نشأتها أو استخداماتها (٢) .

ويعد انتشار البث الفضائي وتغيير قيم ومفاهيم الاتصال وتأثر الإعلام المعاصر بالانفجار المعرفي والثورة المعلوماتية فأنه ترك الطرق القديمة في محاورة الجمهور وأصبح يعتمد الدراسة العلمية وبيان سلبيات وسائل الاتصال الجماهيري ونقد المواد التلفزيونية وبيان أثرها الضار على الكبار والأطفال - والسؤال هو كيف يصبح الإعلام الإسلامي فاعلاً ومؤثراً وايجابياً ؟ وكيف ينجح في توصيل الرسالة الإعلامية في الداخل والخارج ؟ وكيف يحقق التفاعل بين المؤسسات الإعلامية والجمهور ؟ فهذا حد خبراء الإعلام يؤكد أن أهم خصائص الإعلام الجيد هو الذي ينجح في جذب انتباه المتلقي وإدراكه وإحساسه بالمادة كما يسهم في عملية التعلم والتذكر والحفظ وحل المشكلات ويعتمد الإقناع والتأثير في السلوك بهدف تحقيق التغيير(٣) ولكي نتمتع بإعلام إسلامي ناجح علينا أولاً وقبل كل شيء اعتماد الأساليب العلمية في التعامل مع الظواهر واستخدام الأسلوب العلمي في التحليل لتحقيق النجاح المطلوب .

الإسلام والآخر:

تعرض الإسلام في السنوات الأخيرة إلى الكثير من التشويه والحروب الإعلامية التي ألصقت به صفات لا تنتمي إليه بأي شكل من الأشكال فقد أصبح النظر إلى الفكر الإسلامي هو فكر إرهاب ودعوة إلى العنف والقتل ، لكننا لو عدنا إلى المبادئ التي دعا إليها الإسلام وحث على إتباعها انه كفل للأخر حقه في الاختيار ﴿ لَآ إِكۡرَاهَ فِي ٱلدِّينِۖ ﴾(*) واعتبر المنتمين إلى الديانات الأخرى أهل كتاب حقوقهم مكفولة في عصر لم يكن يسمح لحرية الأديان إذ كان الناس على دين ملوكهم (٤) ، هذا فضلا عن مبادئ

الحرية والمساواة والشورى بين البشر بهدف تحقيق العدالة الاجتماعية كل هذه المبادئ جرى عليها التعتيم وعدم التعريف بها بهدف تشويه صورة الإسلام وإضفاء صفات لا تناسبه ولا تنطبق عليه.

ففي دراسة أعدها المعهد الألماني لحقوق الإنسان عن صورة الإسلام في ألمانيا حيث أظهرت نتائج الدراسة التي نشرت عام ٢٠٠٦ تحت عنوان (الرهاب من الإسلام slamophobia) إن ٣٠ % من الألمان يرى إن الإسلام متعصب وان ١ % يراه غير متسامح بينما يعتبر ٠ % غير ديمقراطي وان ١ % من المستطلعين أفادوا أنهم لدى سماعهم لكلمة إسلام يذهب تفكيرهم نحو اضطهاد المرأة.[٥] وهنا نجد إن نتائج الاستطلاع في نظر الألمان للإسلام هي سلبية للغاية في السنوات الأخيرة وذلك بسبب الحملات الإعلامية لمحاربة الإسلام ، ن من أكثر المعوقات التي تواجه الإعلام الإسلامي اليوم هو عجزه عن مجاراة الإعلام الصهيوني وحاجته إلى الدعم كي يقوم برسالته المنشودة فقد نجح الإعلام الصهيوني في تشويه صورة الإسلام والمسلمين في أذهان الغرب بلصق مختلف التهم كالعنف والإرهاب هذا من جانب ومن جانب أخر يعاني الإعلام العربي من انحراف قلة من رجاله وعمالتهم للغرب وبيع أقلامهم وضمائرهم للحكام.[٦] فهذا التشويه لقضايا الإسلام في وسائل الإعلام الدولية ووكالات الإنباء أخذت عدة أوجه أهمها[٧] :

١ تلوين المضمون الإخباري بما يسيء إلى هذه القضايا ويحقق مصالح الدولة صاحبة الوسيلة الإعلامية أو الوكالة.
٢ عرض قضايا العالم الإسلامي بطرق مبالغ فيها ولا اساس لها من الصحة في كثير من الدراسات الاستبيانية بهدف التحكم في ردود أفعال المستقبلين.
٣ تقديم قضايا وأفكار وشخصيات العالم الإسلامي بمصطلحات معينة بهدف غرس مفاهيم معينة والقضاء على مفاهيم أخرى.
٤ التزام الصمت تجاه قضايا إسلامية هامة حتى لايعرف الرأي العام لعالمي بهذه القضايا.

ومن ابرز القضايا التي تبين مظاهر العداء للإسلام ومحاربته تذكرها الدكتورة ماجي الحلواني بالاتي[٨] :

- عبد الله بن المقفع الفارسي المجوسي الذي ادعى الإسلام وألف العديد من الكتب عـــن الفكر الإسلامي ونقلها إلى الفكر الأوربي فاستغلت ضد الإسلا .
- سليمان رشدي الذي أثار حفظة المسلمين بكتابه المشين (؟).
- والمؤلف الهندي الأصل بريطاني الجنسية قام بتأليف مجموعة افتــراءات وكتابـــات مشينة ضد الإسلام كانت سببا في إهدار دمه .
- والكاتب الهندي الذي حاز على جائزة نوبل عن كتابه (بين المسلمين) الذي أساء فيـــه إلى الإسلام والمسلمين .

فضلا عن محاولات الإساءة اليومية والمستمرة من قبل العديد مـــن وكـــالات الإنباء اليهودية على شبكة الانترنت وصلت إلى محـــاولات تحريـــف القـــرآن الكـــريم والمساس بآياته . كل هذه الأمور تدعونا إلى وقفة تأمـــل لأعـــادة النظـــر فـــي الخطـــط والسياسات الإعلامية المرسومة للعديد من القنوات الاسلامية والبحث عن مخارج مناسبة لتقديم إعلام إسلامي ناجح بكل المقاييس .

المبحث الثالث
دراسة مسحية للقنوات الفضائية الإسلامية

إجراءات الدراسة

في هذه الدراسة تم إجراء مسح شامل للقنوات الفضائية بهدف استخراج نســـبة الفضائيات الإسلامية مقارنة بالأنواع الأخرى وكذلك استخراج نسبة ما تمثله الفضــــائيات الإسلامية مقارنة القنوات المتخصصة كونها تمثل احد فروع الإعلام المتخصص (انظر الجدول رقم)) كما تم متابعة كل من هذه الفضائيات الإســـلامية علـــى مـــدى شـــهر رمضان للعام ١٤٣١ هـــ ٢٠١٠) بهدف إجراء دراسة مسحية لبرامج وذلك لما تمتاز به برامج هذا الشهر من الكثافة المعلوماتية والعلمية من جانب وضخامة الإنتاج من جانب أخر فضلا عن كثافة المشاهدة لهذا الشهر عن الأشهر الأخرى وتم تحديد القنوات (اقرأ ، الرسالة ، المجد) لتكون برامجها عينة التحليل كذلك لأنها تهتم بتنويع البرامج الإســـلامية بين توعية وإرشاد ديني وفتاوى وعقيدة بينما هناك قنوات تتخصص في جانب واحد فقط فقمنا باستخراج النسبة المئوية لفئات الجمهور المستهدف (المرأة ، الطفل ، الشباب ، عـــام)

التي تتوجه إليها كل من هذه القنوات ومن ثم تحديد طبيعة الموضوعات التي تركز عليها من خلال برامجها واستخراج النسبة المئوية بهدف تحديد أهم الجوانب التي تركز عليها القناة فتم إجراء مسح شامل لكل ما تقدمه هذه القنوات من برامج ومتابعتها بدقة لتحديد أهدافها والجمهور المستهدف واهم الموضوعات التي تعالجها (انظر الجدول رقم ١) وقد تم استخراج هذه الاهتمامات على أساس الدقائق ! ن الأعمال التلفزيونية تقاس بالزمن وتم إدخال البرامج الرئيسة في زمن الدراسة ولم يحتسب وقت الإعلان أو الوقفات الإرشادية والإعلانية ضمن التحليل .

جدول رقم) يوضح نسبة القنوات الإسلامية إلى بقية القنوات

القنوات	التكرار	%
العامة (*)	٩٠	١٩,٧٤
الإسلامية	٤٦	١٠,٠٨
غنائية	٤١	٨,٩٩
دراما (أفلام، مسلسلات)	٣٥	٧,٦٧
دعائية حزبية (**)	٣٠	٦,٥٧
ΓXT (***)	٢٧	٥,٩٢
الإخبارية	٢٤	٥,٢٦
صحية + علمية	٢٤	٥,٢٦
رياضية	٢١	٤,٦٠
اقتصادية	٢٠	٤,٣٨
ثقافية + تنمية بشرية	٢٠	٤,٣٨
إعلانية	١٨	٣,٩٤
أطفال	١٢	٢,٦٣
تعليمية	١١	٢,٤١
قنوات أجنبية عامة	١٠	٢,١٩
وثائقية	٩	١,٩٧

إخبارية ناطقة بالعربية	٨	١,٧٥
أسرة + مرآة	٦	١,٣١
إخبارية بلغات أجنبية	٤	٠,٨٧
المجموع	٤٥٦	٠٠ %

من قراءتنا للجدول رقم ( ) يتبين لنا إن القنوات الإسلامية احتلت المرتبة الثانية في عدد القنوات بعد العامة وهي تحتل المرتبة الأولى بالنسبة للقنوات المتخصصة بنسبة ٠,٠٨ % مقارنة بالقنوات المتخصصة الأخرى من قنوات أفلام أو غنائية منوعة حيث شكلت الغنائية نسبة ٩٩,٠ % والمسلسلات والأفلام نسبة ٦٧,٠ % مقارنة للقنوات المتخصصة الأخرى.

جدول رقم ( ) يوضح اهتمامات القنوات الإسلامية

تخصص القناة	التكرار	%
قنوات عامة (*)	٨	١٧,٣٩
TXT (**)	٧	١٥,٢١
قرآن كريم	٦	١٣,٠٤
قرآن + محاضرات صوتية	٦	١٣,٠٤
أناشيد دينية	٤	٨,٧٠
قنوات عامة محدودة (***)	٤	٨,٧٠
موجهة بلغات أجنبية	٤	٨,٧٠
سنة نبوية	٢	٤,٣٥
حفظ قرآن	٢	٤,٣٥
موجهة للشباب	٢	٤,٣٥
قناة لبرامج الواقع	١	٢,١٧
المجموع	٤٦	٠٠ %

الجدول رقم ') يبين اهتمامات القنوات الإسلامية اوما تخصصت به من طبيعة الموضوعات والبرامج فجاءت الموضوعات العامة في المرتبة الأولى بنسبة ٧,٣٩ % أما قنوات (XT) وهي قنوات معلومات تعتمد الأسلوب التفاعلي في بث من خلال البطاقات الذكية لكن واجهتها تشبه الإذاعة وتبث في الأوقات العادية محاضرات صوتية فاحتلت المرتبة الثانية وبنسبة ٣٩,، % وتأتي قنوات القران الكريم في المرتبة الثالثة بنسبة ٣,٠٤ % كذلك يظهر لنا مؤخرا اهتمام بالمسلمين من القوميات واللغ ت غير العربية د ث ظهرت قناة ناطقة باللغة الانكليزية مثل قناة الهدى) وقناة ناطقة باللغة الهندية مثل الأزهري) و النور) ناطقة بالفارسية وهذا يعطي مؤشرا يجابيا يساهم في توضيح مفاهيم الإسلام لغير العرب وتقريبهم منه كما يساهم بالشرح ورسم الصورة الحقيقية للإسلام بهدف وصول رسالته إلى العالم فشكلت نسبة ٧٠ % .

وفيما يلي تحليل لبرامج القنوات (اقر ، الرسال ، المج) موضوع الدراس :

جدول رقم ') يبين الجمهور المستهدف في قناة اقرأ الفضائية

	د	%
عام	٣٢٥٠	٥٩,٧٩
شباب	١١٧٦	٢١,٦٣
مر ة	٤٢٠	٧,٧١
أطفال	٣٥٠	٦,٤٤
موجهة	٢٤٠	٤,٤٢
المجموع	٥٤٣٦	١٠٠

بتأمل الجدول رقم ') يتبين لنا أن قناة اقرأ تفضل الاهتمام بأكبر شريحة من الجمهور لذا نجد أن فئة عام تشكل نسبة ٩,٧٩ %) وتأتي فئة الشباب في المرتبة الثانية بنسبة ١,٦٣ %) وجاءت فئة المر ة في المرتبة الثالثة بنسبة ٧١,').

جدول رقم ( )يبين اهتمامات قناة إقرأ في طبيعة الموضوعات الإسلامية

	د	%
اجتماعية	١٤٨٠	٢٧,٢٣
تاريخية	١٠٦٦	١٩,٦١
فتاوى	٩١٠	١٦,٧٤
عامة	٦٧٠	١٢,٣٣
اقتصادية	٣٨٠	٦,٩٩
ترفيه	٣٥٠	٦,٤٤
إعجاز علمي	٢٨٠	٥,١٥
صحية	٦٠	١,١٠
سياسية	٢٤٠	٤,٤٢
المجموع	٥٤٣٦	١٠٠

من قراءتنا للجدول رقم ( ) يبين أن اهتمامات القناة في المجالات الاجتماعيــة تتفوق على الموضوعات الأخرى فشكلت نسبة ٢٣,٪ % والموضوعات التاريخية فــي المرتبة الثانية بنسبة ١,٦١ % واحتلت فئة الفتاوى المرتبة الثالثة بنسبة ١,٧٤ % .

جدول رقم ( ) يبين الجمهور المستهدف في قناة الرسالة

	د	%
عام	٢٢١٢	٤١,٥٥
شباب	١٩٣٢	٣٦,٢٩
أطفال	٦٩٠	١٢,٩٦
مرة	٢٨٠	٥,٢٦
موجه	٢١٠	٣,٩٤
المجموع	٥٣٢٤	١٠٠

الجدول رقم ١) يبين توافق قناة الرسالة مع قناة اقرأ في اهتمامها الجمـــاهيري حيث جاءت فئة عام في المرتبة الأولى بنسبة ١,٥٥ % وبعدها فئة الشباب في المرتبـــة الثانية بنسبة ٦,٢٩ % وتوزعت النسب لبقية الفئات متقاربة مع سابقتها .

جدول رقم ١) يبين أهم الموضوعات الدينية التي تركز عليها قناة الرسالة

	د	%
اجتماعية	١٤٥٠	٢٧,٢٤
فتأوي	٨٤٠	١٥,٧٨
عقيدة	٧٥٦	١٤,١٩
عامة	٦٩٠	١٢,٩٦
ترفيه	٥٦٠	١٠,٥٢
تاريخية	٤٧٢	٨,٨٧
إعجاز علمي	٢٨٠	٥,٢٦
سياسية	١٥٠	٢,٨٢
اقتصادية	١٢٦	٢,٣٧
المجموع	٥٣٢٤	١٠٠

الجدول رقم ١) يبين كذلك توافقا مع قناة اقرأ من حيث الموضوعات التي تهتم بها إلا في جوانب قليلة حيث حصلت الموضوعات الاجتماعية على المرتبة الأولى بنسبة ٧,٢٤ % وفئة فتاوى في المرتبة الثانية ٥,٧٨ % واحذت موضوعات العقيدة المرتبـــة الثالثة ١٩,: % .

جدول رقم ١) الجمهور المستهدف في قناة المد

	د	%
عامة	٣٨١٥	٦٤,٥٤
شباب	١٤٤٦	٢٤,٤٦

أطفال	٤٢٠	٧,١١
مر ة	١٤٠	٢,٣٧
موجه	٩٠	١,٥٢
المجموع	٥٦١١	١٠٠

وبعد قراءتنا للجدول رقم ٬) نتوصل إلى حقيقة هو ان القنوات الإسلام ة ذات الاهتمامات المتنوعة تتشابه في الفئات التي تخاطبها من الجمهور وهـذا مـا يوضـحه الجدول حيث جاءت فئة عامة في المرتبة الأولى بنسبة ٤,٥٤، % والشباب في المرتبـة الثانية بنسبة ٤,٤٦٬ % وهكذا لبقية الفئات ومن ذلك يتبن لنا إن القنوات التي تضع فـي منهاجها التوجه العام فإنها تضع خطط فرعية للاهتمام بالفئات وهذه ما نراه مـن خـلال طبيعة الاهتمام لبرامجي .

جدول رقم ١) أهم الموضوعات التي تركز عليها قناة المجد

	د	%
اجتماعية	١٥٨٦	٢٨,٢٧
سياسية	١٤٥٠	٢٥,٨٤
ترفيه	٨٦٠	١٥,٣٣
عام	٥٦٠	٩,٩٨
فتاوي	٥٢٠	٩,٢٧
عقيدة	٣٧٠	٦,٥٩
تاريخية	١٦٠	٢,٨٥
اقتصادية	١٠٥	١,٨٧
المجموع	٥٦١١	١٠٠

وكذلك الحال بالنسبة للموضوعات التي تركز عليها فاحتلت الموضـوعات ذات السمة الاجتماعية المرتبة الأولى بنسبة ٨,٢٧٬ % والسياسية في المرتبة الثانيـة بنسـبة ٫,٨٤ % وهذه خاصية انفردت بها قناة المجد عن الرسالة وإقرأ حيث عطت مسـاحة

زمنية للاهتمام السياسي فضلا عن تخصيص أوقات محددة لنشرات الإخبار حيث قامت الباحثة باحتساب أوقات النشرات مع فئة البرامج السياسيد .

الاستنتاج

بعد تحليل الجداول نستنتج الأتي :

- ان القنوات الإسلامية احتلت مرتبة متقدمة بين القنوات الأخرى وبذلك أبطلت الا صوات التي تقول إن القنوات الإسلامية تشكل نسبة ضئيلة مقارنة بالقنوات الأخرى لكن هذه الزيادة في العدد لم يغير شيئا بل أخذت القنوات الجديدة تسير على خطى سابقتها دون أن تفكر بناحية التجديد والإبداع لخلق مجتمعات إسلامية واعية ومتفتحد .
- ركزت هذه القنوات على فئة الشباب وأهملت بقية الفئات في بعضه وأعطت مساحات بسيطة لها في البعض الأخر وهذا يشكل خللا في النسق العا .
- نجد أكثر موضوعات هذه القنوات تتوزع بين تاريخية وفتاوى وموضوعات عامة ومكررة فشغلت مساحات واسعة من ساعات البث بينما أعطت لقضية العلوم والتأصيل العلمي نسبة بسيطة في حين ونحن نعيش عصر المعلومات وعصر المعرفة التي تتساب بين أصابعنا فان هذا الموضوع يعد قضية مهمة للتعريف برسالة الإسلام العلمية التي جاءت لتنير الكون وتخرجه من ظلمة الجهل فهناك الكثير من الموضوعات والقضايا العلمية (كالإعجاز العلمي والتفسير العلمي ا قرآن والس .) التي تم إثباتها من قبل علماء الغرب وطرحها القرآن وفسرها قبل ذلك بقرون فهذه الموضوعات بحاجة إلى اهتمام وتطوير في التناول والعرض بأسلوب يتلاءم ومتطلبات العصر .

الخاتمة والمقترحات

- اعد د كوادر إعلامية متخصصة في مجال الإعلام الإسلامي كذلك الاهتمام بتدريس الإعلام الإسلامي في كليات وأقسام الإعلام وعلوم الاتصال في الجامعات العربية بهدف تحقيق النظرة العلمية والفكر العلمي الإعلامي وتأصيل الجوانب الفكرية في العمل الإعلامي .

' إقامة دورات مستمرة للعاملين في مجال الإعلام المتخصص بشكل عــام والإعــلام الإسلامي بشـ ل خاص إلى جانب محاضرات فقهية وتشريعية بهــدف نشــر الــوعي الديني بين القائمين بالاتصال في مجال الإعلا الإسلامي ومسـ اعدتهم على فهم الواقع وتقريبه من مبادئ الإسلام الحنيف وخلق التقارب بين الفكر العلمي والقضايا العلميــة في القران والدعوة إليه بأسلوب يتفق ومستجدات لعصر.

ٌ. الاطلاع على تجارب الأمد الأخرى ومحاولة تطوير الذات وفهم تطورات العصــر واستيعاب تقنياته ، د و ر الرسالة الإعلامية وتقديمها بما يتفق وأهداف الوسيلـ .

فهم الجمهور الإسلامي والعربي ودراسته دراسة واعية والتعرف على جوانب النقص في فهم علوم الدين وأصوله ومحاو ة نشر الأفكار الصحيحة واستبعـ د الأفكار الخاطئة والدخيلة على الدين ونشر الوعي الديني والحث على التفكير العلمي الناقد مع الابتعاد عن الأسلوب المباشر في ا ـ جه إلى الجمهور (أسلوب المعلم والمرشد) والابتعاد من الظهور بدور الوصي على الآخرين مع اختيار شخصيات تمذ ز بــالتوازن الفكــري والعلمي لتقديم هذه البرامج والتخصص بها وعدم الإساءة إلى أنفسهم بتقــديم أنــواع أخرى.

هوامش البحث

) نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، الكويت، المنظمة العربيــة للتربيــة والثقافة والعلوم، سلسلة عالم المعرفة د ٩٥' ٠٠١ ص ٨٨" .

) مجموعة مؤلفين، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، عمان، دار النفــائس ٠٠٧' ، ص ٠' .

(*) يقصد بالفئات الأتي (الـ ر ، الشباب ، الطفل .

) سيد احمد مصطفى، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته مناهجه، الكويت، دار الفلاح، ٠٠٨ ص ١٠' .

) رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دمشق، دار الفكر ٠٠٥ ص ٩٣ .

(*) حديث للداعية عمر عبد الكافي في برنامج (هدا ديننا) فــي قنــاة الشــارقة بتــاريخ ٨ : ٠١٠' .

(٠) مجموعة باحثين، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مصدر سابق ص ١'.

(') مجموعة باحثين، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق ص ١'.

(٠) سامي الشريف، الفضائيات العربية رؤية نقدية، القاهرة، دار النهضة ٢٠٠٤'، ص ٣٠ .

(*) للمزيد من المعلومات في التعرف على تفاصيل بنود مؤتمر جاكارتا يمكن الرجوع الى كتاب (الإعلام الإسلامي الواقع والطموح .

(ا) مجموعة باحثين، الإعلام الإسلامي، مصدر سابق ص ٥'.

(٠) احمد عبد الملك، فضائيات، عمان، دار المجدلاوي ٠٠ ص ٧'.

(١) احمد بدر، الرأي العام طبيعته تكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء ٩٩٨ ص ١٣'.

(*) سورة الشورى الآية ٨'.

(**) سورة الحشر الآية '.

(٢) بسيوني إبراهيم حماد، دور وسائل الاتصال في صنع القرار في الوطن العربي، سلسلة أطروحات الدكتوراة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ٩٩٣ ، ص ٢٤'.

(٣) منى حديدي وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية ٠٠٩ ص ٥٤ .

(٤) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، القاهرة، دار الفجر ٠٠٣ ، ص ١'.

(٥) سعيد مبارك أل زغير، التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، بيروت، دار الهلال ٠٠٨ ص ٧ .

(٦) محمد عبد العزيز الذهب، التربية والتغييرات الاجتماعية في الوطن العربي، بغداد، بيت الحكمة ٠٠٢ ص ٥٥ .

(٧) مجموعة مؤلفين، الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام لمعلوماتي، عمان، دار النفائس ٠١٠'.

(٨) محمد منير حجاب، مصدر سابق ص ٥ ٧'.

(*) سورة يوسف الاية ٠٨ .

(٩) مجموعة مؤلفين، الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام لمعلوماتي، مصدر سابق، ص ٠٨ .

(٠) نهوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ٠٠٨ ص ٣٣ .

(١) مجموعة باحثين، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مصدر ساب ص ٧٤ .

(٢) مجموعة مؤلفين، الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام لمعلوماتي، مصدر سابق، ص ١٠ .

(*) تأسست ٢ ٠ ١٩٩٨ فحاولت تقديم العديد من البرامج وعملت على غرس روح التفاهم والحوار بين أفراد لأمة الإسلا ية والحضارات الأخرى.

(٣) محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، الكويت، دار الفلاح ٠٠١ ، ص ٣٨ .

(٤) نهوند القادري عيسى، مصدر ساب ص ٣١ .

(٥) المصدر نفسه ص ٣٢ .

(٦) اتحاد اذاعات الدول العربية، الجمهور العربي والبث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية الوسط الحضري، تونس ٩٩٨ ص ٣ .

(٧) عواطف عبد الرحمن، التعددية الإعلامية في العالم العربي التحديات والبدائل، بيروت، مجلة المستقبل العربي، العدد ٨٥ ، ب ٠٠٨ ص ٧ .

(٨) عبد الله عبد الدائم، في سبيل ثقافة ذاتية، بيروت، منشورات دار الآداب ٩٨٣ ، ص ١ .

(٩) مجموعة باحثين، الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام لمعلوماتي، مصدر سابق، ص ٠٣ .

(٠) فريال مهنا، علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية، دمشق، دار الفكر ٠٠٢ ، ص ٨٨ .

(١) فريال مهنا، إشكالية الجهاد في عصر المعلوماتية، دمشق، دار الفكر ٠٠٥ ، ص ٧ .

(٢) عواطف بد الرحمن، مصدر ساب ص ٧ .

(٣) عبد الرحمن عيسوي، علم النفس الإعلامي، موسوعة ميادين علم النفس المجلد السابع، بيروت، دار الراتب الجامعية ٠٠٤ ص ١٥ .

(*) سورة البقرة الآية ٥٦ .

(٤) عبد الغني عماد، السلفية وإشكالية الأخر، بيروت، مجلة المستقبل العربي، العدد ٢٤ . ٠٠٦ ، ص ٢ .

(٥٠) هاينبر بيفلير ، المعهد الألماني لحقوق الإنسان، صورة الإسلام في ألمانيا، ترجمة : فاديه فضة، بيروت، مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٥٦ . ٢٠٠٨ ص ١٠١ .

(٥٦) عبد الرحمن عيسوي، مصدر سابق ص ١٢ .

(٥٧) ماجي الحلواني، مدخل الى الفن الاذاعي والتلفزيوني الفضائي، القاهرة ، عالم الكتب، ٢٠٠٢ ص ٤٥ .

(٥٨) المصدر نفسه ص ٥٥ .

(*) تم إدراج القنوات الحكومية والقنوات الخاصة التي تنوع في برامجها تحت قائمة العامة.

(**) تم إدراج القنوات التي تمثل أحزاب وبعضها يتخذ غطاءا دينيا لكن تم استبعادها من فئة القنوات الدينية لأنها تخدم أفكار الأحزاب أكثر من الدين، وهناك قنوات تعبوية تمثل حكومات عربية أيضا تم إدراجها تحت هذه الفئة .

(***) TXT ويطلق عليها القنوات الفضائية الإذاعية وهي في الحقيقة واجه لقنوات المعلومات التي تعتمد البطاقات الذكية لتسمح بعرض المعلومات المطلوبة وهي تعمل بنظام الاتصال التفاعلي أي أنها توفر المعلومات بناء على طلب المستقبل وهي تربط بين البث الفضائي والانترنت وهناك واجهات لصحف الكترونية منها (صحيفة الحقيقة) وهي أول صحيفة الكترونية إسلامية تلفزيونية تعتمد نظام TXT في الوصول إلى الجمهور.

(*) وهي الأكثر انفتاحا تهتم بكل الفئات (شباب، أطفال، نساء) وتقدم الأناشيد الدينية بطريقة الفيديو كليب وتستخدم مذيعات لتقديم البرامج فضلا عن استضافة العديد من الشخصيات النسوية اللواتي يعملن في مجال الدعوة الإسلامية فضلا عن تقديم المسلسلات الدينية والمسابقات مثل قناة اقرأ الفضائية.

(**) ظهرت مؤخراً العديد من هذه القنوات على الفضائيات تستخدم واجهة الانترنت وتبث المحاضرات الدينية إلى جانب القرآن الكريم والأناشيد الدينية فضلا عن الفتاوى المباشرة على الهواء وهناك ممارسة الأولى من نوعها هو بث أول صحيفة الكترونية إسلامية تلفزيونية (صحيفة الحقيقة .

(***) وهي قنوات تبث برامج إلى جانب نشرات إخبارية ومحاضرات دينية وبرامج أطفال لكنها لا تظهر النساء فيها ولا تبث الموسيقى أو الأناشيد الدينية مثل قناة المجد الفضائية .

مصادر البحث

القرآن الكريم

المصادر العربية

١. احمد عبد الملك ، الفضائيات ، عمان ، المجدلاوي ، ٢٠٠٠ .

٢. احمد بدر ، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في الساسة العامة ، القاهرة ، دار قباء ، ١٩٩٨ .

٣. بسيوني حما ، دور وسائل الاتصال في صنع القرار في الوطن العربي ، سلسلة أطروحات الدكتوراه ٢١ ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٣ .

٤. رجاء وحيد دو دري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية ، دمشق ، دار الفكر ، ٢٠٠٥ .

٥. سعيد مبارك ال زغير ، التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية ، بيروت ، دار الهلال ، ٢٠٠٨ .

٦. سامي الشريف ، الفضائيات العربية رؤية نقدية ، القاهرة ، دار النهضة ، ٢٠٠٤ .

٧. سيد احمد مصطفى ، لبحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومناهجه ، الكويت ، دار الفلاح ، ٢٠٠٨ .

٨. عبد الرحمن عيسوي ، علم النفس الإعلامي ، موسوعة ميادين علم النفس ، المجلد السابع ، بيروت ، دار الراتب الجامعية ، ٢٠٠٤ .

٩. عبد الله عبد الدائم ، في سبيل ثقافة عربية ذاتية ، بيروت ، منشورات دار الآداب ، ١٩٨٣ .

١٠. ماجي الحلواني ، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني الفضائي ، القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٢ .

١١. محمد فريد عزت ، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية ، بيروت ، دار الهلال ، ٢٠٠٨ .

١٢. محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات ، الكويت ، دار الفلاح ، ٢٠٠١ .

١٣. منى حديد وشريف درويش اللبان ، فنون الاتصال والإعلام المتخصص ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٩ .

٤ محمد عبد العزيز الذهب ، التربية والتغييرات الاجتماعية في الوطن العربي ، بغدا ، بيت الحكم ، ٢٠٠٢ .

٥ محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، القاهر ، دار الفجر ، ٢٠٠٣ .

٦ مـ موعة باحثين ، الخطاب الإسلامي في عصر المعلوماتية ، عمـان، دار النفـ س ، ٢٠١٠ .

٧ بحوث وأوراق لعدد من المؤلفين ، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، دار النفائس ، ٢٠٠٧ .

٨ فريال مهن ، علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية ، دمشق ، دار الفكر ، ٢٠٠٢ .

٩ فريال مهن ، إشكالية الجهاد في عصر المعلومات ، دمشق ، دار الفكر ، ٢٠٠٥ .

٠ اتحاد إذاعات الدول العربية ، الجمهور العربي والبث التلفزيوني المباشـر ، تـونس ، ٩٩٨ .

١ د.نبيل علي ، الثقافة العربية وعصر المعلومات ، الكويت ، سلسلة عـالم المعرفـ ، د ٩٥ ، ٢٠٠١ .

٢ نهوند القادري عيسى ، قراءة في ثقافة الفضائيات العربيـة الوقـوف علـى تخـوم التفكيك ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٨ .

المجلات:

. عواطف عبد الرحمن ، التعددية الإعلامية في العالم العربـي التحـديات والبـدائل ، بيروت ، مجلة المستقبل العربي العدد ٨٥ ، آب ٢٠٠٨ .

. عبد الغني عما ، السلفية وإشكالية الآخر بين المفاصلة و مفاضل ، بيروت ، مجلـة المستقبل العربي ، ٢٤ ، ٢٠٠٦ .

. هاينر بيفلد المعهد الألماني لحقوق الإنسان ، صورة الإسلام في ألمانيا ، ترجمة فاديه فضل ، بيروت ، مجلة المستقبل العربي ، العدد ٥٦ ، ٢٠٠٨ .